

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HARIAN JOGLOSEMAR
DALAM UPAYA MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN**

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Harian Joglosemar Dalam
Upaya Menarik Minat Pemasang Iklan Periode Februari-April 2013)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana S-1

Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Desy Sukmayati

L100090037

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HARIAN JOGLOSEMAR
DALAM UPAYA MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN
(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Harian Joglosemar Dalam
Upaya Menarik Minat Pemasang Iklan Periode Februari-April 2013)


SKRIPSI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

DESY SUKMAYATI
L100090037

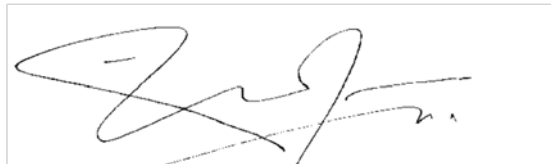
Disetujui oleh:

Pembimbing I



M.Toharuddin, S.Pd, M.A
NIK. 848

Pembimbing II



(Budi Santoso, S.Sos. M. Si)
NIK. 100.1276

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HARIAN JOGLOSEMAR
DALAM UPAYA MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN

Yang disiapkan dan disusun oleh:

DESY SUKMAYATI

L100090037

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji

Pada tanggal 10 Juni 2014

Dan dinyatakan memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1

Susunan dewan penguji

M. Toharuddin, S.Pd, M.A

Budi Santoso, S.Sos, M. Si

Drs. Joko Sutarso, M.Si



Surakarta, 10 Juli 2014

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Dekan,



Husni Thamrin, M.T, Ph.D

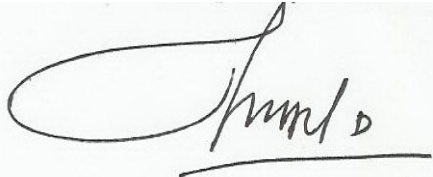
NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti ada ketidak benarandalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, Juni 2014

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Desy Sukmayati', is written over a horizontal line.

Desy Sukmayati
NIM. L100090037

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS: AL-INSYIRAAH: 6)

“Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu
adalah untuk dirinya sendiri”

(QS: Al-Ankabut: 6)

PERSEMBAHAN

Bismillaahirrahmaanirrahiim

“Dan seandainya pohon-pohon di bumi menjadi pena dan laut (menjadi tinta),
ditambahkan kepadanya tujuh laut (lagi) sesudah (kering)nya, niscaya tidak akan
habis-habisnya (dituliskan) kalimat Allah. Sesungguhnya Allah Maha perkasa lagi

Maha Bijaksana (QS: Luqman: 27)

Alhamdulillahirrabil' alamin,

Sebuah langkah usai sudah, satu cita telah kugapai. Namun bukan dari akhir
perjalanan melainkan awal dari sebuah perjuangan. Untuk ribuan tujuan yang
harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar.

Bersama keridhaan Allah kupersembahkan karya kecil ini untuk:

🌈 Ayah dan Ibu terhormat dengan kerendahan hati yang tulus
kupersembahkan karya tulis ini untukmu. Terimakasih atas kasih sayang
dan doa-doamu.

🌈 Adik-adikku (Annisa N.A dan Nanang F.A)

🌈 Nenek

🌈 Teman-teman tersayang

🌈 Almamater Progam Studi Ilmu Komunikasi

Penulis,

Desy Sukmayati

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Subhanallah walhamdulillah, segala puji dan syukur penulis untuk Allah Subhanallahu Wa Ta'ala yang telah memberikan hikmah (pengetahuan) serta rahmat dan hidayahNya. Tak lupa penulis juga ucapkan salam dan shalawat kepada junjungan dan suri tauladan Nabi Muhammad SAW yang selalu dirindukan.

Atas ijin Allah, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi untuk mendapatkan gelar S1 dengan judul: Strategi Komunikasi Harian Joglosemar Dalam Upaya Menarik Minat Pemasang Iklan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Harian Joglosemar Dalam Upaya Menarik Minat Pemasang Iklan Periode Februari-April 2013).

Karena kasih sayangNya juga, Allah mengirimkan orang-orang terbaik disekitar penulis untuk memberikan dukungan, bantuan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis haturkan kepada :

1. Husni Tamrin, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Palupi, MA (NewMed & Soc) selaku Ketua Jurusan Progam Studi Ilmu Komunikasi.

3. M. Toharuddin, S.Pd, M.A selaku Dosen pembimbing I yang selalu memberikan pengarahan, koreksi, masukan ilmu, dan semangat kepada penulis agar skripsi ini selesai tepat pada waktunya dan memberikan arti tanggung jawab dari penyusunan skripsi ini.
4. Budi Santoso, S. Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang juga selalu memberikan pengarahan, koreksi, dan masukan ilmu serta mengajarkan kepada penulis agar tidak mudah menyerah dan takut dalam mendapatkan data.
5. Seluruh Dosen Progam Studi Ilmu Komunikasi yang telah mengajarkan ilmu selama penulis belajar di Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. Semoga ilmu yang telah engkau ajarkan menjadi amal kebaikan yang tidak terputus.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Sholekan dan Ibu Roch Yati. Terimakasih untuk kasih sayang, doa, dan materi yang telah diberikan selama ini untuk penulis.
7. Kedua sahabat penulis yang tersayang, Yulia Nur Cahyani dan Ludfiana Kurnianti. Terimakasih atas doa, kesetiaan, dukungan, dan semangat yang selalu kalian berikan.
8. Seluruh keluarga besar: Nenek, kedua adik penulis Annisa dan Nanang, serta Tante dan kedua Keponakan. Terimakasih untuk dukungannya selama ini.

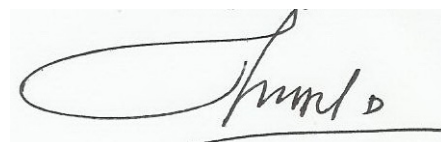
9. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2009 antara lain: Tri Wahyu (Bim-bim), Hasbi, N. Setyo (Nobita), Ari, Laila, Asrul, Jaya, dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
10. Mbak Rina, Mbak Apriska, serta Dyah Ayu. Terimakasih atas dukungan, semangat, dan bantuan yang telah diberikan untuk penulis selama penyusunan skripsi ini.
11. *Special Thanks* untuk Harian Joglosemar yang bersedia menjadi objek penelitian dan terimakasih untuk Ibu Iqnasia Retno, Mas Zainal Azikin, Mas Zhason Adi Kusuma, Mbak Thirva, Mas Jingga, Mbak Bintang, Ibu Ida, dan Bapak Rustiadi yang bersedia memberikan informasi yang sangat dibutuhkan untuk peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Dengan kerendahan hati penulis menerima segala kritik yang membangun serta saran demi kesempurnaan skripsi ini sehingga bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, Juni 2014

Penulis,



Desy Sukmayati
L100090037

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN..	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penelitian Terdahulu	6
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Komunikasi	11
2. Komunikasi Pemasaran.....	14
3. Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	16
4. Strategi Pemasaran.....	18
5. Analisis SWOT.....	20
6. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	21
G. Kerangka Berfikir.....	23
H. Metodologi Penelitian.....	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Objek Penelitian.....	26
3. Subjek Penelitian.....	26

4. Lokasi Penelitian.....	26
5. Sumber Data.....	27
6. Teknik Sampling.....	27
7. Teknik Pengumpulan Data.....	28
8. Teknik Analisis Data.....	30
9. Validitas Data.....	33
BAB II Deskripsi Lokasi.....	34
A. Sejarah Harian Joglosemar	34
B. Kantor Harian Joglosemar.....	38
C. Visi Harian Joglosemar.....	39
D. Misi Harian Joglosemar	39
E. Logo Perusahaan.....	39
F. Profil Perusahaan.....	40
G. Data Media.....	40
H. Tarif Iklan Tahun 2013.....	41
I. Struktur Organisasi.....	42
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Penyajian Data	43
1. Profil Informan	44
B. Hasil Penelitian	45
1. Strategi Pemasaran.....	45
2. Analisis SWOT.....	50
3. Strategi Komunikasi Pemasaran	53
a. Periklanan.....	54
b. Promosi Penjualan.....	57
c. Humas	58
d. Pemasaran Langsung	59
C. Pembahasan	61
1. Strategi Pemasaran Harian Joglosemar.....	61
2. Analisis SWOT Harian Joglosemar.....	64
3. Bauran Promosi Harian Joglosemar.....	66

BAB IV Kesimpulan Dan Saran.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.	Model Universal Komunikasi.....	12
2.	Analisis SWOT.....	21
3.	Kerangka Berfikir.....	24
4.	Model Interaksi Penarikan Kesimpulan.....	32
5.	Struktur Organisasi.....	42
6.	Segmentas Harian Joglosemar.....	62
7.	Analisis SWOT Harian Joglosemar.....	65

.

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gedung Kantor Harian Joglosemar Tampak Depan.....	38
2. Kantor Harian Joglosemar Bagian Iklan.....	38
3. Logo Perusahaan.....	39
4. Iklan Koran.....	55

ABSTRAK
DESY SUKMAYATI
L100090037

Desy Sukmayati, L100090037, Strategi Komunikasi Pemasaran Harian Joglosemar Dalam Upaya Menarik Minat Pemasang Iklan, Skripsi Progam Studi Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relation and Marketing Communication*, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.

Surat kabar merupakan salah satu media massa yang masih diminati oleh masyarakat pada saat ini untuk memasang iklan. Sebagai media cetak, surat kabar mempunyai kelebihan yang tidak bisa dimiliki oleh media massa lain seperti radio, televisi, film, dan internet. Iklan yang dipasang di surat kabar lebih tahan lama karena bisa dibaca berulang-ulang tanpa ada batasan durasi waktu, biaya untuk memasang iklan di surat kabar pun lebih murah. Harian Joglosemar yang merupakan perusahaan surat kabar yang ada di Kota Solo mencoba mengambil peluang tersebut untuk mendapatkan pemasang iklan sebanyak mungkin untuk kelangsungan hidup perusahaan. Namun sebagai perusahaan baru yang pada tahun 2013 kemarin berusia enam tahun mereka harus menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan surat kabar lain yang sudah dulu berdiri dan memiliki nama besar serta pengalaman yang banyak. Maka dari itu perlu adanya strategi komunikasi pemasaran yang bagus untuk menarik minat pemasang iklan. Dengan adanya strategi pemasaran, sebuah perusahaan akan lebih mudah untuk mendekati calon pemasang iklan dan dapat meningkatkan kerjasama dengan perusahaan lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Harian Joglosemar dalam upaya menarik minat pemasang iklan pada periode bulan Februari-April 2013. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat mengenai pentingnya strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan sebuah produk. Selain itu juga dapat menjadikan strategi tersebut sebagai sumber referensi masyarakat yang mempunyai sebuah produk dan ingin memasarkan produknya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif jadi peneliti hanya mendeskripsikan objek sesuai dengan fakta yang ada dilapangan. Langkah-langkah analisis data yaitu melakukan wawancara, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini bahwa Harian Joglosemar menerapkan analisis SWOT sebagai analisis pemasaran dengan memfaktor-faktorkan keadaan perusahaan antara lain faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Selanjutnya strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan Harian Joglosemar berfokus pada bauran komunikasi pemasaran diantaranya adalah iklan, promosi penjualan, humas, dan pemasaran langsung.

Kata kunci : *Analisis SWOT, Komunikasi Pemasaran Terpadu*